

А.М. ТУРИЛО, д-р екон. наук, проф., С.М. КОРОЛЕНКО, канд. екон. наук, доц.  
Криворізький національний університет

## ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ПРИРОДА ПОХОДЖЕННЯ І ТЕРМІНОЛОГІЯ

Прибуток – це категорія і показник, і вони є основними атрибутами аналізу і оцінки в ринковій економіці.

Діяльність будь-якого суб'єкта господарювання підприємницького характеру нерозривно пов'язана з прибутком. Всі стратегії розвитку таких суб'єктів господарювання так або інакше орієнтуються на прибуток. І це зрозуміло, бо прибуток – це головна мета і головний кінцевий результат діяльності підприємства.

Все це визначає актуальність і значимість прибутку як з позиції теорії, так і з позиції практики.

Наука і практика досліджують і розкривають прибуток відносно його сутності, природи походження, термінології, методів розрахунку тощо.

Складність і багатогранність прибутку є причиною того, що до теперішнього часу відносно нього існують у теоретико-методичній площині певні розбіжності і неточності.

На окремих із них, з точки зору авторів, акцентуємо увагу.

По-перше, в економічній літературі прибуток підприємства визначають як: фінансовий результат; економічний результат (економічну категорію); фінансово-економічний результат; виробничо-господарський результат [1-3 та ін.].

Тобто тут прибуток має абсолютно різні терміни, а це в свою чергу визначає різну їх сутність. Різні терміни – різна сутність, бо не повинно бути так, щоб різні терміни визначали однакову сутність. Це однозначно протирічить принципам науковості, логіки, доцільності, ефективності тощо.

Дане питання потребує всебічного ґрунтовного підходу.

З нашої позиції прибуток характеризує економічний результат, бо створюється на підприємстві в процесі економічної (операційної) його діяльності. Тому за своєю сутністю прибуток – це економічна категорія. А економічна категорія, в свою чергу, визначає прибуток економічним показником.

По-друге, в економічній науково-навчальній літературі використовується такий термін і показник, як маржинальний прибуток або маржинальний дохід, який за змістом і розрахунком є ідентичним маржинальному прибутку [4, 5 та ін.].

Стосовно даного терміну і показника авторська позиція наступна. Вони, як термін і показник не можуть характеризувати категорію «прибуток», тому що маржинальний прибуток включає в себе певну частину поточних витрат, а витрати, з одного боку, не є і не будуть головною ціллю створення і функціонування підприємства, а з іншого боку, не виступають показником, що характеризує головний кінцевий результат його діяльності.

Якщо маржинальний прибуток за своїм змістом включає в себе дві різні складові: прибуток і витрати, то це вказує на те, що термін і сутність показника повинні бути іншими, такими, щоб вони відображали обидві змістовні складові. Такий підхід буде і за змістом правильним і за термінологією логічним. Вважаємо, що замість терміна і показника маржинальний прибуток потрібно використовувати термін «маржинальна прибутково-витратність», а у якості показника – «показник маржинальної прибутково-витратності»

У цілому проблема сутності і термінології в аспекті категорії прибуток, на наш погляд, потребує відповідної уваги і подальшого удосконалення. Це стосується досліджень в напрямку природи походження прибутку, в точності і обґрунтованості його обліку тощо.

### Список літератури

1. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємства: підруч. К.: УБС НБУ: Знання, 2010. 550 с.
2. Управління ефективністю виробництва: моногр. / за заг. ред. С.Я Салиги. Запоріжжя: Юлик, 2001. 376 с.
3. Продіус Ю.І. Економіка підприємства: посіб. Харків: Одісей, 2008. 432 с.
4. Фінансовий менеджмент: підруч. / за заг. ред. А.М. Поддєрьогіна. К.: КНЕУ, 2017. 534 с.
5. Пазинич В., Шулежко А. Фінансовий менеджмент: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2011. 408 с.